



ЧЕРКАСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
імені Богдана Хмельницького

## Силабус освітнього компонента «КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА»

Статус дисципліни: освітній обов'язковий компонент із циклу професійної підготовки

Галузь знань	«Журналістика»			
Спеціальність	061 «Журналістика»			
Освітня програма	«Цифрові медіа, рекламні та PR-комунікації»			
Ступінь вищої освіти	Магістр			
Форма навчання	Денна, заочна			
Курс	2 курс			
Семестр	3			
Обсяг дисципліни	Кредити	3	Години	90
Контроль	Захист кваліфікаційної роботи, що є формою атестації випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика» освітнього рівня магістр			
Викладач	Керівники кваліфікаційних робіт			
Контактна інформація	<a href="mailto:zhrprt@vu.cdu.edu.ua">zhrprt@vu.cdu.edu.ua</a>			
Кафедра	Кафедра журналістики, реклами і PR-технологій			
Навчально-науковий інститут / Факультет	ННІ української філології та соціальних комунікацій			
Мова викладання	українська			
Предмет навчання (Що буде вивчатися)	Інтегрована випускна кваліфікаційна робота – інноваційний проєкт, що містить дослідницький компонент, орієнтований на аналіз теоретичних явищ і медійних реалій, а також передбачає виготовлення авторського творчого доробку.			
Мета (Чому це цікаво/потрібно вивчати)	Мета – структурно-змістова організація процесу виконання студентами-медійниками магістерської роботи, що у відповідності з вимогами до кваліфікаційного проєкту студентів кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.			

<p>Програмні результати (Чому можна навчитися)</p>	<p>ПРН-3. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів із різних джерел, зокрема наукову та професійну літературу, бази даних, перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.</p> <p>ПРН-5. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.</p> <p>ПРН-7. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати й обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.</p> <p>ПРН-8. Використовувати передові знання й методики в процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.</p> <p>ПРН-14. Володіти навичками створення якісного та різноформатного медійного контенту (тексти, мультимедіа, відео, аудіо, лонгридні історії, анімація, інфографіка, відеоскрайбінг та ін.), поширювати його на різних платформах (теле-, радіо, преса, мультимедіа).</p> <p>ПРН-18. Знати економічні, менеджерські, маркетингові засади організації діяльності медіа, специфіку монетизації контенту, особливості планування бюджету медіа, рекламних та PR-агенцій тощо.</p> <p>ПРН-19. Уміти створювати та розвивати бренди, сприяти бізнесу в ефективному розвитку, демонструвати креатив, застосовувати сучасні, рентабельні та ефективні технології, надавати персональні консультації щодо комунікаційних стратегій для бізнесу.</p>
<p>Компетентності (Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями)</p>	<p>ІК. Здатність розв'язувати завдання дослідницького та / або інноваційного характеру в галузі журналістики.</p> <p>ЗК 01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 02. Здатність планувати час та управляти ним.</p> <p>ЗК 03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 06. Здатність ухвалювати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>СК 01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання завдань інноваційного характеру у сфері журналістики з пріоритетом цифрових медіа.</p> <p>СК 02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.</p> <p>СК 05. Здатність зрозуміло і недвозначно транслювати власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення,</p>

	<p>що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.</p> <p>СК 06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні завдання журналістики в широких і мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.</p> <p>СК 09. Здатність самостійно розробляти бренд-стратегію, візію і місію різних організацій, установ, персоналій тощо, а також застосовувати сучасні рекламні та PR-комунікації для реалізації запланованих медійних цілей, а також застосовувати сучасні рекламні та PR-комунікації для реалізації запланованих медійних цілей.</p>
Зміст дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вибір, погодження й затвердження теми кваліфікаційної роботи, призначення наукового керівника, рецензента, за потреби – консультанта.</li> <li>2. Затвердження завідувачем випускової кафедри завдань до кваліфікаційної роботи та складання календарного плану й затвердження керівником графіка консультацій (зустрічі магістранта з керівником для консультування й інформування про стан виконання роботи не рідше двох разів на місяць).</li> <li>3. Опрацювання наукових джерел за темою магістерського проекту, аналіз і систематизація зібраної інформації.</li> <li>4. Складання змісту (плану) магістерської роботи.</li> <li>5. Організація та проведення теоретичного, емпіричного (експериментального) дослідження. Добір практичних прикладів.</li> <li>6. Написання основних розділів роботи. <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Розділ 1.</b> Дослідження науково-теоретичних засад вивчення проблеми, що покладено в основу теми магістерської роботи. Автор роботи має опрацювати всі теоретичні джерела з теми, з'ясувати сутність базисних понять, сформулювати науково-теоретичний апарат, яким студент буде керуватися в другому і третьому розділах.</li> <li><b>Розділ 2.</b> Фокусування уваги на теоретико-практичному аналізі задекларованого питання в контексті медійних реалій. Для реалізації цього завдання необхідно проаналізувати подібні проекти на інформаційному ринку. Це варто зробити з тією метою, щоб з'ясувати місце студентського авторського доробку серед подібних продуктів у сучасному інформаційному просторі, зрозуміти, які функції виконує пропонуваній медіапродукт, чим вирізняється серед аналогічних, яка його ефективність, дієвість, впливовість, здатність породжувати прогнозовані ефекти та ін.</li> </ul> </li> </ol>

**Розділ 3.** Опис методики продукування творчого доробку, усебічне обґрунтування доцільності авторського проєкту, розкриття його актуальності та значення, а також докладна й поетапна характеристика процесу розроблення власного продукту.

У ході роботи над магістерським проєктом студенти кафедри журналістики, реклами та PR-технологій ЧНУ ім. Б. Хмельницького створювали такі авторські доробки:

- рекламна кампанія, PR-кампанія, промоція або формування іміджу організацій та окремих особистостей;
- інформаційно-реklamна продукція пресслужби державних або бізнес-структур;
- різножанровий і різнотематичний контент для медіа (цикл текстових матеріалів, фоторепортажів, відео, інфографіки, авторських теле- і радіопрограм, подкастів та ін.);
- документальний фільм;
- мультимедійна історія;
- текстовий, фото- й відеоконтент для соціальних мереж «Фейсбук», «Інстаграм», «ТікТок», «Ютуб» (рилзи, сториз, інтерактивні опитування, вікторини та ін.);
- текстові й відеоблоги для різних соцмереж;
- різножанрові відео (відеоінтерв'ю, відеореklama, відеоскрайбінг, буктрейлери та ін.);
- маркетингова стратегія рекламних агенцій;
- інформаційний супровід бізнесу;
- створення, інформаційне наповнення та адміністрування сайтів різних видів (сайту-візитівки, корпоративного сайту та ін.);
- популяризація української мови на різних платформах;
- створення медійних інструментів інформування громадян щодо різних актуальних питань;
- виготовлення фотоілюстрацій як ресурсу для візуалізації контенту на різних платформах;
- брендинг.

7. Написання вступу й висновків. Оформлення додатків і списку використаних джерел. Подання повного тексту кваліфікаційної роботи науковому керівникові для прочитання.

8. Подання науковому керівникові роботи для прочитання повного тексту роботи. Усунення зауважень, урахування рекомендацій наукового керівника, доповнення або скорочення обсягу роботи. Узгодження виправленого варіанта всієї роботи з науковим керівником. Подання на випускову кафедру до попереднього захисту.

	<p>9. Попередній та офіційний передзахисти. Обговорення роботи на кафедрі й рекомендація її до захисту.</p> <p>10. Подання роботи на рецензування.</p> <p>11. Написання відгуку науковим керівником. Оформлення супровідних документів.</p> <p>12. Перевірка роботи на виявлення збігів.</p> <p>13. Подання кваліфікаційної роботи голові державної екзаменаційної комісії.</p> <p>14. Підготовка доповіді та презентації на захист.</p> <p>15. Захист роботи в державній екзаменаційній комісії.</p>
<p>Критерії оцінювання роботи студентів</p>	<p>Оцінювання кваліфікаційної роботи проводять з огляду на такі критерії:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— самостійність виконаної роботи, оригінальність тексту;</li> <li>— актуальність наукової роботи і наукова новизна;</li> <li>— практична цінність роботи;</li> <li>— чіткість визначених завдань і їх спрямованість на досягнення поставленої мети;</li> <li>— обґрунтованість методики дослідження, коректність використання наукових методів дослідження;</li> <li>— обґрунтованість аналізу й інтерпретація отриманих результатів;</li> <li>— відповідність змісту роботи зазначеній темі;</li> <li>— повнота розкриття теми;</li> <li>— достатня кількість прикладів;</li> <li>— чіткість, логічність, послідовність викладу матеріалу;</li> <li>— доцільність посилань на теоретичні джерела;</li> <li>— відповідність висновків завданням дослідження;</li> <li>— оформлення бібліографії;</li> <li>— дотримання наукового стилю викладу матеріалу;</li> <li>— грамотність;</li> <li>— технічне оформлення роботи;</li> <li>— дотримання принципів академічної доброчесності, етичний аспект роботи, відсутність плагіату, фабрикації та фальсифікації;</li> <li>— процедура захисту.</li> </ul>
<p>Інформаційне забезпечення</p>	<p><b>Рекомендована література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бірта Г., Бургу Ю. Методологія і організація наукових досліджень: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 142 с.</li> <li>2. Бондаренко Т., Ковтун Н. Методи і прийоми журналістської праці. Черкаси: ПП Чабаненко, 2013. 178 с.</li> </ol>

3. Бондаренко Т. Г., Погрібна О. О. Структурно-змістова організація магістерського проекту студентів-медійників. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 8 (26). С. 717–735. <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/14558>
4. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
5. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка* (випуск присвячено методології журналістичнознавчих досліджень). 2013. Випуск 20. 58 с.
6. Григорук П. М., Хрущ Н. А. Методологія і організація наукових досліджень: навч. посіб. Київ: Кондор, 2017. 206 с.
7. Гуроров О. І. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посібник. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2017. 272 с.
8. Давидченко Т. Тип, типологія та класифікація у соціальних комунікаціях. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. Випуск 21. С. 21–23. URL.: [http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/10.23.10.100/db/ftp/visnyk/zhurnalist\\_21\\_2014.pdf](http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/10.23.10.100/db/ftp/visnyk/zhurnalist_21_2014.pdf)
9. Михайлин І. Л. Науково-дослідна робота студента з журналістики: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика». 2-е вид., випр. і допов. Харків: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. 92 с.
10. Петрашук С. А., Ковтун І. І. Сучасні методи реклами // *Сучасні досягнення в науці та освіті: зб. пр. XVI Міжнар. наук. конф., 1–8 листоп. 2021 р., м. Нетанія (Ізраїль)*. Хмельницький: ХНУ, 2021. С. 108–110.
11. Положення про курсові й кваліфікаційні роботи у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2024. 22 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1FYOnwJyfARqMSxkstXjd0mJ0brjeGjsa/view>
12. Пономаренко Л. Г. Формулювання основних елементів наукових досліджень із соціальних комунікацій. Медіапростір: проблеми і виклики сьогодення: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих учених (Київ, 25 квітня 2018 р.). Київ: Інститут журналістики, 2018. 379 с.

	<p>13.Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Преса України, 2008. 144 с.</p> <p>14.Різун В., Скотникова Т. Методи соціальнокомунікаційних досліджень. <i>Наукові записки Інституту журналістики</i>. 2013. Том 52 (липень–вересень). С. 49–53.</p> <p>15.Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник. Львів: ПАІС, 2014. 280 с.</p> <p>16.Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М. Гостримо перо. Основи журналістикознавчих розвідок. Ужгород: Карпати, 2012. 166 с.</p> <p>17.Шафаренко Ю. М. До питання методології проведення досліджень у паблік рилейшнз. <i>Інформаційне суспільство</i>. Випуск 19. 2014. (січень–червень). С. 64–67.</p> <p>18.Шевченко В. Методологія проведення медіадосліджень: Конспект лекцій для студентів ОПП «Цифрові медіа» з дисципліни Візуалізація даних у наукових і журналістських дослідженнях. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 54 с.</p> <p>19.Яковлєв А. І. Методи оцінки маркетингово-рекламної діяльності // <i>Вісник Житомирського державного технологічного університету</i>. 2016. № 3 (77). С. 102–107.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Захист кваліфікаційної роботи (проєкту) відбувається в аудиторії, яка обладнана мультимедійними комплексами (проєктор, інтерактивна дошка). За потреби і відповідно специфіки проєкту можуть бути використані аудиторії зі спеціальним обладнанням (телестудія) (<a href="http://surl.li/kfewdi">http://surl.li/kfewdi</a>)</p>